

Cada cual que atienda su juego

LA realidad es maestra dura que corrobora o desmiente, en forma drástica, las variadas opiniones de los mortales. Todo consiste en esperar pacientemente a que ella dé su fallo. Para un asunto que levantó su polvareda —pequeña a tamaño vecinal, claro está— lo ha impartido: me refiero a las observaciones que en esta columna formuláramos sobre el régimen de *best seller* al que con fervor adhiere la *Feria Nacional de Libros y Grabados*, y que subrepticiamente viene siendo manejado en nuestro pequeño mercado, a imitación de otros mayores.

Decía Salinas en el delicioso ensayo que entonces estábamos, "La gran cabeza de turco o la memoria literaria" (todo él contra las opiniones de Van Wyck Brooks) que "se ha establecido una feliz connotación: el libro que más se vende es el mejor" y, refiriéndose a la costumbre editorial de publicitar, con airecillo inocente, los récords de venta, se preguntaba: "¿Moverá acaso al editor al publicar ese sobrio anuncio: *ten sólo el ingenioso deseo de enterar al público de la prosperidad de su negocio en este caso particular? Nada aconseja, nada pide; sólo que la intención se ve a cien leguas*" "Lector —argumenta mudamente el anuncio— si cada semana se venden 5 000 ejemplares más de este libro, qué duda cabe de que ha de tratarse de obra singular y eminente, merecedora de que tú la adquieras en el acto?" Y con la apariencia más objetiva del mundo se da un empujón al lector, hacia la confusión entre el mérito literario del libro, esto es, el valor intrínseco del artículo en sí, el único legitimamente alegable, con su facilidad de venta, con su valor económico. Sin decir palabra, ese anuncio inclina al que lo lee a dar por cosa sentada esa capiciosa correlación entre éxito de venta y valor literario y humano del libro; y manejando habilísimamente el mecanismo de la transferencia de juicios, equipara un hecho económico, la rápida venta de un objeto en el mercado, a un hecho espiritual, el nacimiento de una gran obra literaria. He aquí un caso que case en lo que Heidegger llama "formas de democratización negativa".

TODA la argumentación de Salinas es delicadamente convincente y aun se diría que obvia. Solamente en un estado ideal en que se hubiera llegado a una homogenización educativa de la población, y donde existiera una orientación cultural altamente calificada, el juicio de la venta se podría aproximar al juicio del valor. Pero no es esa nuestra realidad. Ya observaba sagazmente Toynbee la connotación trágica que existió entre la implantación de las leyes de educación común y alfabetización popular por las que bregaron los grandes pedagogos del XIX, y la aparición de la gran prensa. A sólo treinta años de iniciarse la alfabetización masiva, cuando las primeras generaciones llegaban a poder leer el *Emilio* como soñaban los pedagogos, aparece un gran pez con una maquinaria comercial cuidadosamente acelada y se devora a los nuevos lectores: el periódico. Eso explica que *Lo que el viento se llevó* se haya leído y visto infinitamente más que todo Faulkner, Hemingway y Dos Pasos juntos, aunque al parecer la Srta. Mitchell tenga más que ver con las estadísticas comerciales que con las culturales. Desde luego se puede alegar —y se lo ha hecho— que entre los libros más vendidos del mundo hay obras maestras como la *Biblia* o *El Quijote*.

Justamente esas ventas son la consecuencia de la tesorera acción de las minorías educadoras (no olvidar que *La Biblia* se conservó como texto escolar, que en su tiempo *Amadís* fue mucho más leído que *El Quijote*) y que la difusión de la *Biblia* responde a una acción que duró siglos y que iniciaron, en forma verbal, sacerdotes y apóstoles en reducido número.

John Dewey resumió estos planteos obvios (en *The Public and Its Problems*), diciendo: "Es verdad que todas las ideas nuevas así como todas las ideas valiosas empiezan con minorías, quizás con una minoría de uno. Lo importante es que se les dé ocasión

para extenderse y pasar a posesión de la mayoría".

Desde que el libro entró al mercado como un objeto comercial (a comienzos del XIX con el triunfo de la burguesía) el escritor abandonó a los Mecenas e inició su nueva vía crucis. En *Las ilusiones perdidas* Balzac nos ofreció el más dolorido retrato de esta situación y su admirable novela debiera ser más leída. Enseña mucho, y es una obra de arte. Nos muestra, en el segundo tercio del XIX, al escritor ya unido al despotismo del comerciante que lo sume en el mundo alienado que él crea, lo transforma en un objeto mercable y por lo mismo lo compra poniéndolo a su servicio. Eso explica la rebeldía altiva y vana de los grandes poetas malditos de la segunda mitad del XIX, de Baudelaire en adelante, que ahora el crítico marxista Ernst Fischer ha revelado incluso sociológicamente.

Se dirá: esa es la función del comerciante. De acuerdo, pero no hay por qué complicarse en ella intelectualmente, no hay por qué decorarla con disfraces culturales. Es una actividad comercial que utiliza los recursos publicitarios del caso (radio, prensa, TV) para imponer sus productos, y, por obra de las leyes del mercado, puede vender cualquier producto, bueno o malo, indistintamente.

VOI VIENDO a la Feria ella llegó a su fin y los libros más vendidos han sido: *Gordel*, *Onetti* y algo más de Carlos Maggi y *Gente poca de Tellechea*. No pretendemos desmerecer estas obras —y de la de Maggi aquí mismo hemos hablado— pero nos engañáramos si no dijéramos que en la misma Feria había una veintena de obras de mayor calidad artística, de más ingente innovación cultural. Para tomar el mejor ejemplo: no hay común medida entre *Gordel*, *Onetti* y algo más y el volumen del mismo Maggi titulado *La noche de los ángeles ciegos y Moscarada*. Aquí está contenida una obra —*El apuntador*— que es obligada en la más rigurosa antología de nuestro teatro y aun de varios latinoamericanos. Y sin embargo no se ha vendido, a pesar de estar en el lugar por donde pasaba el mismo público. Ocurre que es obra más difícil, de esas en que un autor, obedeciendo la ley de la creación se sumerge "au fond de l'inconnu pour trouver du nouveau", según el verso de Baudelaire que recordaba Salinas. Por lo mismo es más permanente, enriquece más fondo. Y ocurre también que no ha entrado con el circuito comercial que mueve con desesperación a Vicente y a todo su ruido.

Pero además, y por último, en todo esto hay una imitación trágica del régimen de mayorías, por parte de una estricta minoría, que quiere usar simultáneamente de ambos privilegios: primero expulsar a algunos del cogollito intelectual, determinando, con típico criterio de élites minoritarias, que no están en la literatura, y luego asumir para los que quedan dentro del cogollito el régimen de las mayorías, publicitando un "best seller" porque ha vendido quinientos ejemplares. En verdad Osiris Rodríguez Castillos vende más, y Santicaten y Tellechea que con buen aparato publicitario está agotando dos ediciones en un mismo año. Pero una vez que se ha entrado en el juego, la escoba del aprendiz de brujo comienza a multiplicarse, a actuar por sí sola —cualquiera aprende como se fabrica el "best seller"— y terminará por barrer a esas minorías que han abandonado su tarea de conducción intelectual, poniéndose al servicio de los contables.

Dice el canto infantil que "cada cual atienda su juego": el intelectual al suyo, a su tarea de esclarecimiento, de defensa de los que entienden mejores valores artísticos, —no mejores ventas, pues ese es el juego del comerciante—, a la difusión de una cultura que hoy, por muchas razones que lo desbordan, es aún minoritaria, y que tratará de hacer mayoritaria, propiedad de todos, porque para todos, los de mañana si no puede ser los de hoy, la está haciendo

Angel Rama